

第2期熊本県スポーツツーリズム推進戦略

くまもっと旅 × スポーツ推進戦略

(2025年度－2027年度)

(案)

熊本県

目 次

はじめに	2
スポーツツーリズムに関する行政の動向	3
1 国の動向	3
2 県の動向	3
第1章 戦略の位置付け	4
第2章 ビジョン	5
1 ビジョン	5
2 推進体制	5
3 計画期間	5
第3章 現状と課題	6
1 第1期熊本県スポーツツーリズム推進戦略の成果	6
2 推進基盤の脆弱性	12
3 外部環境の変化	13
4 市町村のニーズや課題	16
第4章 目指すべき方向性	21
第5章 基本戦略と施策	23
戦略1 観光の柱ともなるスポーツの産業化やスポーツを通じた地域 活性化	24
戦略2 県民の健康と地域経済を豊かにするコンテンツ開発	27
戦略3 観光誘客・地域活性化に繋がる推進基盤の充実	29
第6章 数値目標	32

はじめに

熊本県では、令和元年（２０１９年）に開催されたラグビーワールドカップ、女子ハンドボール世界選手権大会といった２つの大規模国際大会のレガシーを引き継ぐとともに、熊本地震や令和２年７月豪雨など災害からの創造的復興や感染症の影響から低迷した県経済の活性化を目的に、熊本県スポーツツーリズムⁱ推進戦略（令和３年（２０２１年）１１月）を策定しました。

また、当戦略を推進する母体として令和４年（２０２２年）１月、熊本県版スポーツコミッションⁱⁱ「くまもっと旅スポコミッションⁱⁱⁱ」を設立し、３つの基本方針（地域スポーツの掘り起こし・体験プログラムの創造・スポーツ大会誘致）を進めてきました。

くまもっと旅スポコミッションでは、立ち上げ後の３年間で、スポーツツーリズムコンテンツの開発やプロモーション活動の展開、プロスポーツの振興に加え、国際サイクルロードレース「ツール・ド・九州」や国際バドミントン大会「熊本マスタースジャパン」、ラグビー日本代表戦などの国際大会の開催等を実現することができました。

その一方で、大会やイベント等の更なる招致やスポーツによる経済効果の最大化、県におけるスポーツコミッション（窓口）機能の強化など、抱える課題も浮き彫りになってきました。

第２期戦略では、これまでの成果を積極的に活用し、地域活性化に繋がるプロスポーツの振興や国際大会の更なる招致等を目指すとともに、スポーツと地域資源を組み合わせたスポーツツーリズムの充実や官民共創によるスポーツツーリズムの拡大など、持続的な観光誘客やまちづくりに繋がる本県スポーツの産業化^{iv}を目指します。

令和７年 月 熊本県観光文化部

スポーツツーリズムに関する行政の動向

1 国の動向

政府は、令和5年度（2023年度）に閣議決定した観光立国推進基本計画において、地方誘客に効果の高いコンテンツとして「スポーツツーリズム」を推進しており、スポーツ庁や観光庁を中心にスポーツツーリズムの推進に向けた施策を展開し、国内旅行需要の喚起や外国人旅行者の訪日促進などを図っています。

スポーツ庁では、平成30年（2018年）に「スポーツツーリズム需要拡大戦略」、令和4年（2022年）に「第3期スポーツ基本計画」を策定しており、これらの中には、地域スポーツコミッションの設立や活動の支援、大規模国際競技大会の開催運営ノウハウの継承、地方創生やまちづくり・スポーツの成長産業化などが施策として示されています。また、近年の「みるスポーツ^v」の人気に加え、訪日外国人にはアウトドアスポーツや武道体験への関心が高まっています。

このように、国ではスポーツを通じた地域・経済の活性化を目指し、スポーツツーリズムの推進に力を入れています。

2011年「スポーツ基本法」の制定（旧スポーツ振興法を全部改正）
「スポーツツーリズム推進基本方針」を策定（観光庁）
2012年「スポーツ基本計画」策定（文部科学省）
2015年 スポーツ庁設置
「スポーツによる地域活性化推進事業」開始
（地域スポーツコミッション活動支援）
2017年「第2期スポーツ基本計画」の策定
2018年「スポーツツーリズム需要拡大戦略」を策定
2020年 モデル事業によるスポーツツーリズムコンテンツ形成支援
開始
2022年「第3期スポーツ基本計画」の策定
2023年「観光立国推進基本計画」の閣議決定

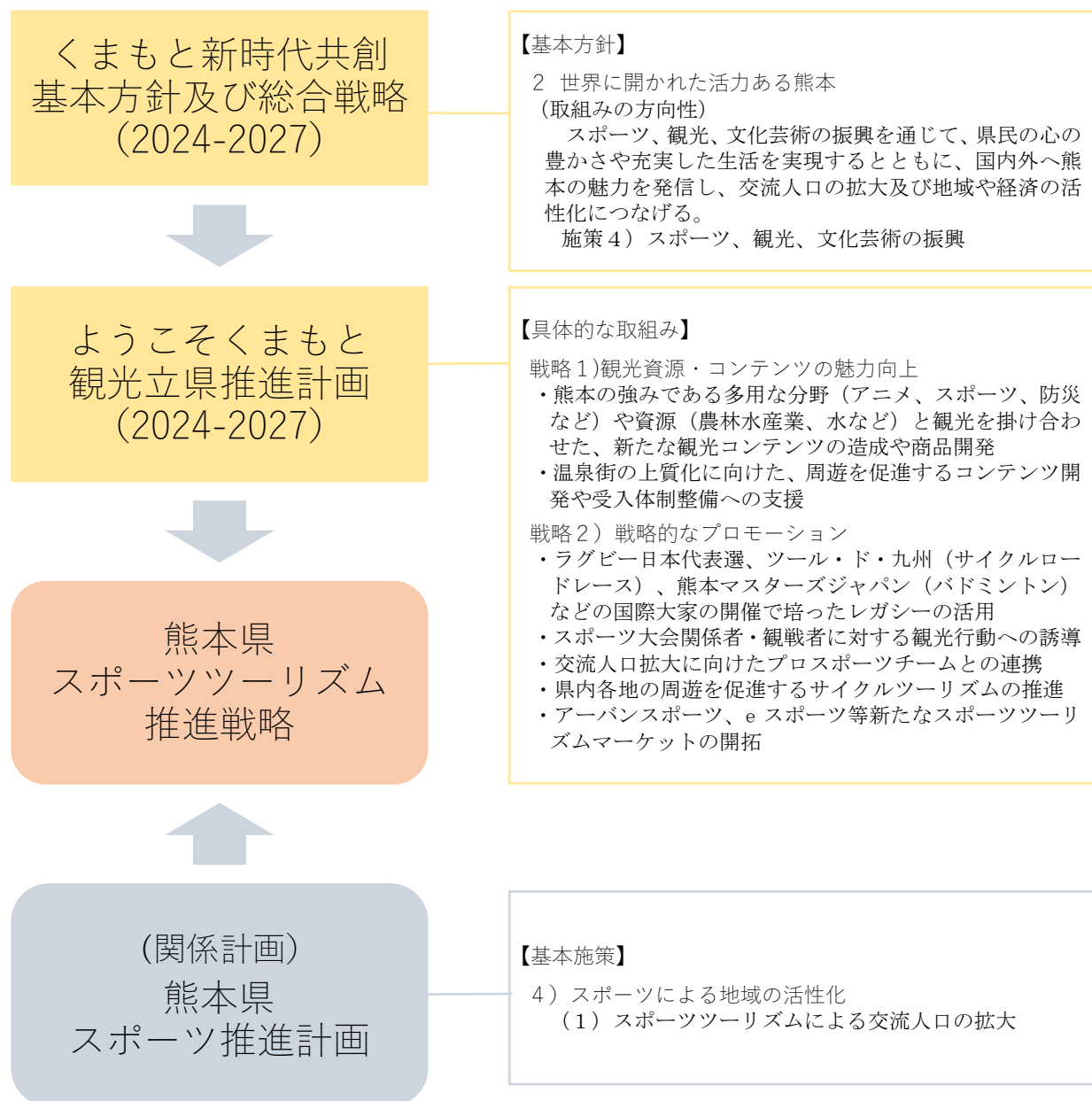
2 県の動向

本県では、災害や感染症によって落ち込んだ地域経済の活性化を目的として、令和3年（2021年）11月に「熊本県スポーツツーリズム推進戦略」を策定し、令和4年（2022年）1月には、本県初のスポーツコミッション「くまもと旅スポコミッション」を設立しました。これらを基に、スポーツツーリズムコンテンツの開発やプロスポーツの振興、スポーツ大会やイベント、合宿の誘致など、スポーツツーリズムの推進による県内外からの誘客促進に取り組んでおり、特に、令和5年度（2023年度）から、国際バドミントン大会「熊本マスタースジャパン」や九州各県と連携した国際サイクルロードレース「ツール・ド・九州」等の開催に加え、将来性の高いアーバンスポーツ^{vi}の振興にも重点的に取り組んでいます。

このような中、県では、令和6年度（2024年度）に県政運営の最上位方針である「くまもと新時代共創基本方針」及び「くまもと新時代共創総合戦略」、観光振興に関する取組みをより網羅的に具体化した「ようこそくまもと観光立県推進計画」を策定し、交流人口の拡大及び地域経済の活性化への施策の一つとして、スポーツツーリズムの推進を掲げています。また、これらの施策をより強力に推進するため、令和6年（2024年）10月、スポーツを通じた交流促進を所管するスポーツ交流企画課を設置しました。

第1章 戦略の位置付け

本戦略については、「くまもと新時代共創基本方針及び総合戦略（2024-2027）」、「ようこそくまもと観光立県推進計画（2024-2027）」を踏まえるとともに、「第3期熊本県スポーツ推進計画（2025-2028）」とも連携を図りながら推進します。



第2章 ビジョン

1 ビジョン

国・県の動向等を踏まえ、本戦略のビジョンを次のとおり設定します。

スポーツの力で地域を豊かに

スポーツツーリズムの推進基盤やマネジメント体制を強化し、国際大会をはじめとする大会の招致や合宿の誘致、プロスポーツの振興に加えて、熊本の強み・優位性とスポーツを組み合わせたスポーツツーリズムを展開することにより、持続可能な交流人口の拡大や県民の健康と地域を豊かにする本県スポーツの産業化を目指します。

2 推進体制

本県のスポーツツーリズムを着実に推進するため、令和4年（2022年）1月に設立したスポーツコミッション「くまもつと旅スポコミッション」を母体とし、その窓口機能（プラットフォーム機能）を強化します。

また、県内各地のスポーツ施設や地域資源等を生かした多様な取組を創造するため、市町村のスポーツコミッションやスポーツツーリズム担当部署、スポーツ関係団体、スポーツチーム、民間企業等との連携を強化し、官民共創による取組みを推進します。

3 計画期間

令和7年度（2025年度）～令和9年度（2027年度）の3年間

第3章 現状と課題

1 第1期熊本県スポーツツーリズム推進戦略の成果

本県では、令和3年度（2021年度）から「第1期熊本県スポーツツーリズム推進戦略（2021年度～2023年度）」に基づき、スポーツコンテンツの開発や国際スポーツ大会の招致などスポーツツーリズムを進めてきました。

(1) くまもっと旅×スポーツコンテンツの開発

① スポーツと熊本観光の強みを組み合わせた旅スポコンテンツの開発

熊本観光の強みを生かすため、雄大な阿蘇カルデラでのサイクリングと農業体験や、球磨川でのSUP体験と人吉球磨地域の豊かな食・温泉を組み合わせるなど、スポーツコンテンツの開発・磨き上げを行いました。

② 熊本の多彩な温泉（泉質）・食を活用したウェルネスツーリズムの推進

熊本の多彩な温泉と食を活用したウェルネスツーリズムを推進するため、令和3年度（2021年度）から令和5年度（2023年度）にかけて、8地域10コンテンツの商品開発及び販売を行い、令和6年度（2024年度）は、これまでに開発した商品のうち4地域6コンテンツの商品の磨き上げに加え、更なる販売促進に努めました。

事業カテゴリー	概要	実施年度
コンテンツ開発 [5地域・5件]	いだてんランニング[県北]・火山水源サイクリング[阿蘇]・ナイトデイキャンプトレッキング[天草]・リバー&テントサウナ[県南]・ヒーリングウォーキング[県央]	R3年度
コンテンツ開発 [3地域・3件]	リフレッシュ里山サイクリング[阿蘇]・エネルギーの湖カヤック[県北]・マインドフルネスフィッシング[天草]	R4年度
コンテンツ販売 [2件]	絶景&グルメライド[阿蘇]・リバー&テントサウナ[県南]	R4年度
コンテンツ販売 [5件]	いだてんランニング[5人]・火山水源サイクリング[77人]・ナイトデイキャンプトレッキング[13人]・リバー&テントサウナ[30人]・リフレッシュ里山サイクリング[76人]	R5年度
コンテンツ販売 [6件]	スイーツマラニック[200人]・ポタリング+日帰りBBQ+温泉入浴[5人]・SUP+テントサウナ[4人]・Satoyama Journey[7人]・Kurokawa Echoes[13人]・ローカルガイドと巡る南阿蘇の農村「絶景&グルメライド」[11人]	R6年度

③ スポーツとIoT、熊本観光を組み合わせたスマート旅スポコンテンツの開発

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う生活変容を見据えたスポーツコンテンツとして、令和3年度（2021年度）にはオンラインマラソン・サイクリングを実施し、約1,500人の参加がありました。令和4年度（2022年度）からは、指定されたポイント（観光施設等）を制限時間内に多く回り、得た点数を競い合うロゲイニング・サイクルロゲイニングを開催しました。

令和4年度（2022年度）は天草地域で（天草走郎ロゲイニング）、令和5年度（2023年度）及び令和6年度（2024年度）は人吉球磨地域で（人吉球磨ロゲ）開催し、地域経済の活性化に繋がるスポーツの振興を進めています。

事業カテゴリー	概要	実施年度
スポーツ×IoT	オンラインマラソン・サイクリング(R4.2)1,505名参加[うち県外541名]	R3年度
ロゲイニング	天草走郎ロゲイニング(R5.3.25)サイクル+ロゲイニング (44名+1チーム)	R4年度
ロゲイニング	人吉球磨ロゲ(R6.3.9)131名参加 ※サイクル or 徒歩	R5年度
ロゲイニング	人吉球磨ロゲ 2025～人吉・球磨の歴史と温泉をめぐる旅！～(R7.3.9) 125名 ※サイクル or 徒歩	R6年度

(2) スポーツと観光地（地域・市町村）を繋ぐ「くまもつと旅スポブランド」の創造

① 地域が取り組むスポーツ×観光のネットワーク化

県内各地のスポーツ施設や観光資源を生かした大会招致、合宿誘致を進めていくとともに、地域のスポーツツーリズムを支える人材の育成や、関係者と定期的な情報の共有を図るため、市町村のスポーツコミッションやスポーツ担当部署の担当職員を対象とした担当者会議・研修会を開催しました。

令和3年（2021年）10月に、熊本県スポーツツーリズムホームページ「KUMAMOTO SPORTS TOURISM～くまもつと旅スポ～」を開設し、県内のスポーツ施設や県、市町村におけるイベント等の情報を発信しています。

事業カテゴリー	概要	実施年度
担当者会議	担当者会議の開催[R5.3.5]・担当者会議の開催[R6.2.8～9]※天草 担当者会議の開催[R7.2.13]	R4・5・6 年度
ホームページ 整備	熊本県スポーツツーリズムホームページ「KUMAMOTO SPORTS TOURISM～くまもつと旅スポ～」の開設 [アクセス数:230,818回(R7.6月時点)]	R3年度

② 戦略的なマーケティング及び広報による【くまもっと旅スポブランド】の創造

令和4年（2022年）2月から、熊本県が誇る自然や観光資源を生かしたスポーツ・アクティビティの魅力を発信するため「くまもとアクティ部」を公開し、Web動画などを通じたデジタルプロモーションを展開しています。

サイクルツーリズムを推進するため、令和2年度（2020年度）からサイクリストの受入環境整備の一環として、道の駅や宿泊施設等にサイクルラックを整備しています。また、九州・山口広域推奨サイクルルートを示したサイクルマップを作成し、九州・山口の周遊を促す広域的な集客にも力を入れています。

事業カテゴリー	概要	実施年度
デジタル プロモーション	くまもとアクティ部（くまモン部長）の設立、サイクリング・ランニング・乗馬・ポッカール動画の配信[再生数:465,130回]	R3年度
サイクルラック	R4:66台・R5:28台・R6:38台 設置	R4・5・6 年度
広域(九州・山口) サイクルマップ	R4:繁体字版 3,700部、日本語版 20,250部、英語版 8,100部 R5:日本語版 80,000部 (九州・山口サイクルツーリズム推進委員会)	R4・5年度

③ 【くまもっと旅スポブランド】を活用した旅行商品の開発

旅行会社と連携し、国際バドミントン大会「熊本マスタースジャパン」の開催に合わせた台湾向け観戦バスツアーや福岡発の観戦チケット付き日帰りバスツアーを造成しました。

また、令和5年（2023年）のラグビー日本代表戦における旅行代理店によるチケットと宿泊がセットになったツアー商品の販売、ツール・ド・九州におけるスタート地点とフィニッシュ地点での観戦を行う応援バスツアーの実施など、国際スポーツ大会を活用した旅行商品の開発を推進しました。

(3) 集客力があり、参加できるスポーツ大会の誘致

① 熊本のスポーツ資源を活用した大会・イベント・合宿の誘致

【国際スポーツ大会の開催】

i) 国際バドミントン大会「熊本マスタースジャパン」

世界バドミントン連盟（BWF）が公認するワールドツアーSuper500シリーズの一つとして、国際バドミントン大会「熊本マスタースジャパン（2023～2026年）」の招致・開催を実現しました。2024年大会では6日間で約19,000人の観戦者が訪れるなど、バドミントン王国熊本に相応しい大会となっています。

ii) 国際サイクルロードレース「ツール・ド・九州」

2023年から国際自転車競技連合（UCI）の認定を受けて国際サイクルロードレース「ツール・ド・九州」を開催しており、2024年大会の熊本阿蘇ステージでは約40,000人が観戦しました。2025年大会では、これまでの福岡県、大分県及び熊本県に加え、長崎県・宮崎県が参加するなど、大会の更なる発展が見込まれています。

iii) ラグビー日本代表国際試合

ラグビーワールドカップ2019など、国際大会の経験を生かして、令和5年（2023年）7月に日本代表対ニュージーランド・オールブラックスXVの試合を招致し、県内外から約20,000人の観客が訪れました。ラグビー日本代表戦の本県開催は多くの誘客と経済効果をもたらしました。

iv) 日本代表やプロチームの合宿誘致

ハンドボールやバドミントンの日本代表合宿、サッカーJリーグ北海道コンサドーレ札幌やサンフレッチェ広島のカンプの受入れを行い、歓迎セレモニーや地元交流などを通じた地域の活性化を図りました。

事業カテゴリー	概要	実施年度
サッカー	キャンプ誘致(サンフレッチェ広島[R4.1.19-29]熊本市水前寺競技場・コンサドーレ札幌[R4.2.9-3.6][R5.2.8-3.10][R6.2.10-3.8][R7.1.29-3.3]大津総合運動公園)	R4・5・6 年度
ハンドボール	日本代表強化合宿[R5.9.8-13]オムロン鹿陽センター	R4 年度
バドミントン	日本代表キャンプ[R4.7.23-30]益城町総合体育館(観客:1,534人) 熊本マスタースジャパン(super500)[R5.11.14-19]県総合体育館 (観客 18,388人+500人) 熊本マスタースジャパン(super500)[R6.11.12-17]県総合体育館 (観客 19,075人)	R4・5・6 年度
自転車	Tour of 九州[R4.8.19-21]高校生大会(HSR・南阿蘇・湯前・人吉) アンバサダーライド2022[R4.10.29]瀬の本-阿蘇-箱石峠-アスペクタ ツール・ド・九州(熊本阿蘇ステージ)[R5.10.8]18チーム104名 (海外8チーム)観戦:22,000人 ツール・ド・九州(熊本阿蘇ステージ)[R6.10.13]17チーム91名 (海外7チーム)観戦:40,000人	R4・5・6 年度
ラグビー	日本代表国際試合(VS オールブラックス15)[R5.7.15] えがお健康スタジアム(観客:20,000人)	R5 年度

【プロスポーツの活性化】

i) ロアッソ熊本（サッカー）

2021シーズンは、目標としていたJ3優勝、J2昇格を掴み取るとともに2022シーズンは、J1参入プレーオフ決定戦まで進出し、令和5年（2023年）の天皇杯ではクラブ史上初となるベスト4進出を果たすなど、近年目覚ましい活躍を見せています。令和7年（2025年）でチーム設立20周年を迎えており、クラブが掲げる「県民に元気を」「子ども達に夢を」「熊本に活力を」をもたらすチームへと成長しています。

ii) 熊本ヴォルターズ（バスケットボール）

2016－2017シーズンのBリーグ創設以降9シーズンのうち通算6回のプレーオフ進出を果たすなど、B2リーグの強豪チームとして知られています。2024－2025シーズンはクラブ創設以来初の観客動員数10万人を突破、Bリーグの人気と相まってチームの人気も高まっています。また、近年は台湾チームとの親善試合開催など、国際交流にも積極的に取り組んでいます。

iii) 火の国サラマンダーズ（野球）

令和3年（2021年）の九州アジアリーグ発足以来、3年連続で優勝するとともに、リーグで最も多くのNPB選手を輩出しています。近年は、台湾チームとのチャリダーを通じた交流など、国際交流にも積極的に取り組んでいます。

② 将来性の高いスポーツ大会・イベント・合宿の誘致

第1期戦略で重点的な取組と位置付けたアーバンスポーツについて、令和4年度（2022年度）は、県民運動公園内においてスケートボードとBMXなどのモニターイベントを開催し、約1,800人の来場がありました。令和5年度（2023年度）は、JR熊本駅前アミュひろばにてアーバンスポーツイベントを開催し、約13,700人の来場を得るとともに、本県初開催のスケートボード大会「くまモンカップ」も併せて開催しました。令和6年度（2024年度）は、令和8年（2026年）4月に西日本最大級のスケートボード施設の開業を予定している菊陽町でアーバンスポーツイベント及び「くまモンカップ」を開催し、約5,400人の来場がありました。

事業カテゴリー	概要	実施年度
アーバン スポーツ	モニターイベント[R4.10.9-10]県運動公園(観客:1,700人)スケボー＋BMX＋パルクール アーバンスポーツイベント(くまモンカップ)[R6.2.24-25]アミュプラザ(観客:13,000人)94名参加(エントリー113名)	R4・5・6 年度

	アーバンスポーツイベント(くまモンカップ)[R7.2.22-23]菊陽町総合体育館 (観客:5,400人)67名参加(エントリー68名)	
--	---	--

③ 観光客が気軽に参加もできるスポーツ大会・イベントの誘致・開催支援

近年、人気が高まりつつあるトレイルランニング（阿蘇ボルケーノトレイル、南阿蘇カルデラトレイル等）を支援するとともに、県内各地域でサイクリングイベント（くまもと★みなみ おれんじシーサイドライド、人吉球磨ログ等）を実施しました。また、オンラインマラソン・サイクリングやロゲイニングを2月や3月に開催するなど、観光客が減少する時期の誘客にも努めました。

(4) くまもっと旅×スポーツツーリズムを推進する体制の整備

① スポーツコミッション【くまもっと旅スポコミッション】の設立

令和3年（2021年）11月に策定した熊本県スポーツツーリズム推進戦略の推進母体として、令和4年（2022年）1月17日に行政、スポーツ業界、観光業界、商工団体の10団体で構成する「くまもっと旅スポコミッション」を立ち上げました。

事業の運営にあたっては、テーマごとにワーキンググループを設置し、官民一体で進めています。

事業カテゴリー	概要	実施年度
コミッション の設立	令和4年1月 くまもっと旅スポコミッション設立	R3年度

② スポーツツーリズムを支える人材・企業の育成・確保

スポーツ大会を下支えするスポーツボランティアの育成・確保を行うとともに、ツール・ド・九州や熊本マスタースジャパンといった国際スポーツ大会に参加するボランティアを対象とした研修会を実施しました。また、ボランティア募集の際は、前回参加者に案内を行うなど、大会に対する知識や経験が高いボランティアの確保・育成に努めました。

また、国際スポーツ大会では、旅行商品開発・販売を行う企業の確保等を行いました。

③ スポーツコミッションを支えるプラットフォーム（ネットワーク）の整備

市町村単位での地域スポーツコミッションの設立を支援するとともに、熊本県スポーツツーリズムホームページでは、県内のスポーツに関する情報を一元化し、スポーツ施設や県、市町村におけるイベント等の情報を発信するなど、プラットフォーム機能の充実を図りました。

2 推進基盤の脆弱性

スポーツツーリズムの展開にあたっては、推進組織や人材、財源確保が必要となりますが、コミッション組織における推進体制は必ずしも十分な状況になく、地域差もみられます。また、県有施設をはじめ老朽化が進行したスポーツ施設も増加しています。スポーツツーリズム推進基盤の脆弱性を克服し、推進体制を強化することがスポーツツーリズムを推進する上での課題となっています。

(1) 窓口機能・推進組織の強化や財源確保の必要性

現在県内には、県コミッションを含めて8つのスポーツコミッションが設立されていますが、多くの市町村にはコミッション組織が設立されておらず、スポーツツーリズムの推進にあたっての県と市町村、市町村間の連携が課題となっています。

また、競技団体やスポーツチームに加えスポーツに関心を持ち投資意欲も高い民間企業との連携など、スポーツツーリズムに関わる官民の連携も課題となっています。

特に、大会・イベントの招致や合宿の誘致にあたっては、県とスポーツ施設を有する市町村との連携はもとより、イベント事業者や宿泊・交通事業者との連携が不可欠です。また、新たな大会に取り組む場合は、スポンサーとなる民間企業等の役割も重要となります。

このように、スポーツツーリズムの推進に当たっては、官官及び官民連携を実現する県スポーツコミッションにおける窓口機能、いわゆるプラットフォーム機能の強化や、官民共創の体制・財源確保が必要となってきています。

(2) スポーツ施設の老朽化や「みる」スポーツに求められる施設・設備の不足

県有スポーツ施設をはじめ、県内では老朽化が進行したスポーツ施設が増加しています。計画的に長寿命化改修や更新等、スポーツ施設の再生に取り組んでいく必要があります。

県有スポーツ施設の再生にあたっては、社会体育の振興といった従前の機能に加え、県内外からの誘客やプロスポーツ振興等の観点から、国際大会やプロリーグの基準等に対応することが重要な課題となっています。

3 外部環境の変化

プロスポーツの観客動員数が増加傾向にあることやスポーツイベントの大規模化・商業化など、スポーツツーリズムを取り巻く環境は、大きく変化しています。こうした外部環境の変化をチャンスととらえ、スポーツの持つ潜在的な力を顕在化し、地域活性化の切り札として活用していくことが重要だと考えています。

(1) 社会経済の動向

① 人口減少・少子高齢化

人口減少・少子高齢化は、スポーツの分野にも大きな影響を及ぼしており、例えば、高等学校における野球やサッカーなどでは選手不足によりチームを作ることができなくなるなど、深刻な課題となっています。一方で、高齢化の進展に伴い生涯スポーツや健康維持を目的とした運動のニーズは高まりを見せるなど、新たなニーズへの対応が求められています。

② 健康志向の高まり・フィットネス産業の成長やジムの日常化

近年、健康志向の高まりを背景に、24時間営業のジムや一人ひとりのニーズに応えるパーソナルトレーニングの増加等、フィットネス産業は目覚ましい成長を遂げています。生活習慣病の予防やストレスの軽減、心身のバランスを整えることへの関心が広まり、多くの人々が積極的に運動を生活に取り入れるようになっていきます。

③ 「する」スポーツに加え、「みる」スポーツに対する関心の高まり

スタジアムやアリーナでのスポーツイベントは、単なる試合観戦にとどまらず、音響・照明などの演出やファン参加型の企画実施など、総合エンターテインメントとしての進化を遂げています。また、スポーツの“する”ニーズに加え、年々“みる”ニーズも拡大しており、プロスポーツや各種大会の観客動員数を底上げしています。

このようなスポーツの産業化に繋がる動きは、スタジアムやアリーナの改修、新たなスポーツイベントの開催など、様々な形で民間企業の参画・投資を増大させています。

④ 台湾など海外との国際交流の進展

観光庁の統計によれば、熊本県の令和6年（2024年）の訪日外国人延べ宿泊者数は147万人と、新型コロナウイルス感染拡大前の令和元年（2019年）の約1.5倍となりました。特に、台湾からの訪問者数の増加が顕著であり、今後もインバウンド拡大に大きな期待が寄せられるところです。

引き続き、アジアに近い地理的優位性や、半導体受託製造企業の世界最大手であるTSMCの進出による注目度の高まり等を生かし、本県の魅力を海外に広く発信し、誘客や交流人口拡大に繋げていく必要があります。

(2) スポーツ界の動向

① 各競技のプロ化（興行化）の進展

近年、日本における各種スポーツ競技のプロ化・興行化が急速に進展しており、地域密着型クラブの育成や、地域経済・コミュニティの活性化にも繋がっています。特にJリーグやBリーグに見られるように、制度化されたリーグ構成と安定した運営体制が、競技レベルの向上と観客動員数の増加をもたらしています。

加えて、選手の「タレント化」も顕著であり、選手個人のスター性が競技の人気拡大にも大きく貢献しています。

さらに、興行の大規模化も進んでおり、スタジアム・アリーナの近代化や映像・音響演出の高度化によって、観戦体験がかつてないほど多様で魅力的なものとなっています。

② 国際スポーツ大会の大規模化

国際スポーツ大会は規模の拡大が著しく、観客席の確保や事業予算の増大といった課題が顕在化しています。

大会の招致や開催にあたっては、求められる基準（会場の規模や設備、競技運営など）を満たすことが必要であり、そのため、それら基準に応じたスポーツ施設の改修・整備が求められる場合があります。

また、大会運営に付帯設備の設置や競技運営、輸送・宿泊、警備、広報などにかかる費用を確保する必要があります。

③ スポーツ施設に求められる基準や役割の変化

スポーツ施設は、運動や競技を「する」場にとどまらず、スポーツのプロ化・興行化に伴い、「みる」場として人々が集まる「地域交流の拠点」としての役割を持つようになりました。そのため、施設には、競技スポーツの実践のみならず、プロスポーツや国際大会に必要な様々な基準を充足することが求められています。

④ アーバンスポーツ等新しいスポーツの興隆

スケートボードやBMX、ブレイキンといったアーバンスポーツは、若者文化とも結びつきながら、東京2020やパリ2024オリンピック競技大会を通じて、近年ますます世界的な人気が高まっています。一方、年齢や体力に関係なく誰でも楽しめるモルックやピックルボールといった新しいスポーツも、幅広い世代が楽しめる生涯スポーツとして普及の広がりを見せています。

⑤ マラソン大会等一般参加型スポーツイベントの拡大

健康志向の高まりやスポーツツーリズムの普及に加え、地域の観光資源やブランドを活用したまちづくりの取組と連動することで、マラソン大会等一般参加型スポーツイベントの更なる拡大が進んでいます。

⑥ スポーツツーリズムの地域間競争激化

スポーツツーリズムは地域活性化の重要な手段として注目を集めており、全国の自治体による地域間競争が激化しています。今後は、スポーツ・アクティビティと、地域の自然・文化・食などとの融合によって「その地域ならではの」魅力を創出していくことが求められています。

4 市町村のニーズや課題

本戦略の策定にあたり、各地域においてスポーツツーリズム推進の中心となる各市町村に対し、大会や合宿・キャンプの受入実績（受入希望）、受入れにあたる課題、自治体間での連携希望などについて、意向調査を実施しました。

(1) 結果の概要

市町村アンケート結果

		県北（18団体）		県央（9団体）		県南（18団体）		全県（45団体）	
		団体数	割合（％）	団体数	割合（％）	団体数	割合（％）	団体数	割合（％）
大会	受入実績	5	28	3	33	4	22	12	27
	受入希望	3	17	3	33	4	22	10	22
合宿	受入実績	4	22	2	22	8	44	14	31
	受入希望	5	28	3	33	5	28	13	29
助成制度	大会	0	0	1	11	3	17	4	9
	合宿	3	17	1	11	5	28	9	20
自治体間の連携希望		9	50	3	33	5	28	17	38
主催イベント		13	72	4	44	12	67	29	64
推進したいスポーツツーリズム	マラソン（ウォーキング）	3	17	2	22	4	22	9	20
	サイクル	2	11	1	11	2	11	5	11
	武道	3	17	0	0	1	6	4	9
	登山・トレッキング	1	6	1	11	1	6	3	7
	ウェルネス	1	6	0	0	1	6	2	4
	その他	5	28	0	0	0	0	5	11

結果の概要

- 市と比較して、町村は大会・合宿の受入実績が非常に少ない（殆どない）
- 大会・合宿とも、これまで実績のある市町村が、今後の受入れも希望する傾向
- 大会・合宿の誘致にあたり、県内半分以上の市は、何らかの助成事業を整備しているが、多くの町村においては整備していない。

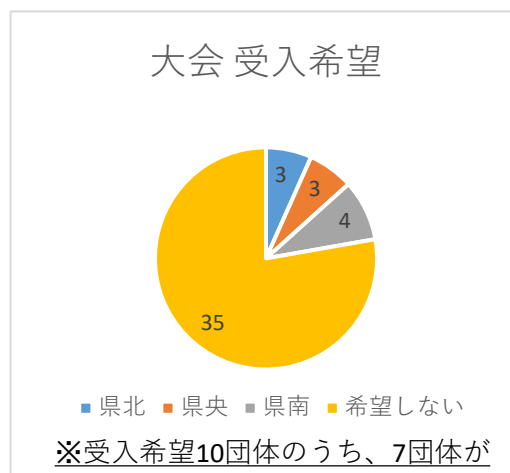
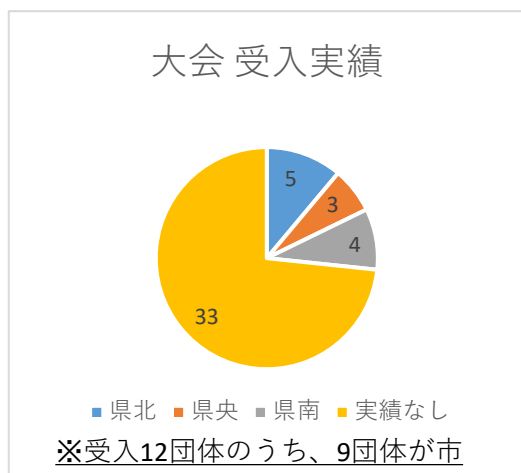
(2) 大会受入れにあたっての課題

大会受入れについて、7市2町1村が希望しており、誘致したい種目は球技、陸上競技、水泳、武道など多岐に渡っています。

比較的、体育館で実施する種目が多くなっており、中でも、複数の施設を保有している自治体が体育館競技を希望する傾向があります。

これまで受入実績のある自治体が今後も受入れを希望する傾向にあり、35市町村では大会の受入れを希望していないなど、自治体毎に取組の温度差が見受けられます。

誘致にあたる課題は、宿泊施設の不足等が最も多く、次に実施施設に関すること及び駐車場に関すること、財政面での課題があげられました。宿泊施設の不足は、自治体の人口や宿泊施設が集積する熊本都市圏からの距離に関わらず、複数の自治体が課題として挙げています。



大会受入れにあたっての課題（主なもの）

- ・ 宿泊施設の不足 < 3 団体 >
- ・ 実施施設 < 3 団体 >
- ・ 駐車場関係 < 2 団体 >
- ・ 財政面 < 2 団体 >
- ・ 運営スタッフの確保 < 1 団体 >
- ・ 競技団体の協力 < 1 団体 >

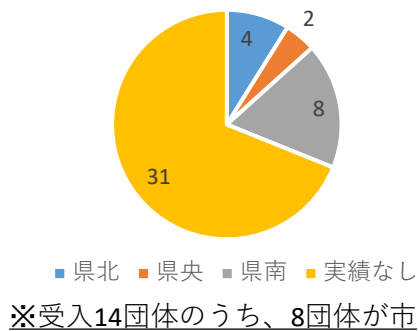
(3) 合宿受入れについて

合宿受入れについて、7市5町1村が希望しており、大会受入れ同様に希望種目は多岐に渡っていますが、種目を問わないという自治体も複数ありました。陸上競技や自転車、トレイルランなど、専用施設がなくとも実施可能な競技も目立っています。

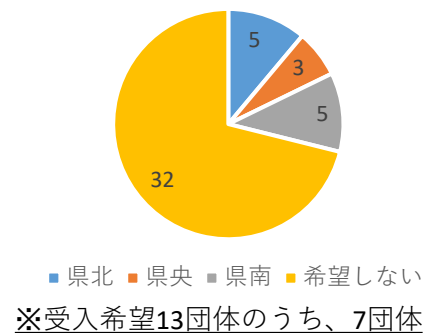
合宿受入れにあたる課題として大会受入れと同様、宿泊施設の不足が最も多く、次いで実施施設の使用調整や二次交通、財政面、実施団体との繋がりなどが挙げられました。また、実施団体との繋がりがなかった自治体はこれまで主な受入実績がありませんでした。

32市町村では合宿の受入れを希望しておらず、そのほとんどの市町村は大会の受入れについても希望していませんでした。

合宿 受入実績



合宿 受入希望



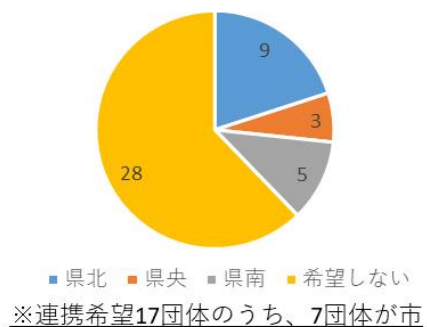
合宿受入れにあたっての課題（主なもの）

- ・ 宿泊施設の不足 < 3 団体 >
- ・ 施設使用の調整 < 3 団体 >
- ・ 二次交通の不足 < 2 団体 >
- ・ 財政面 < 2 団体 >
- ・ 実施団体との繋がり < 2 団体 >

(4) 自治体間での連携について

自治体間で連携したいこととしては、大会・合宿の受入れ同様、宿泊面での連携、施設利用での連携やそれに伴う広域での開催、情報共有（合同 PR）などが挙げられました。比較的規模の大きい自治体においても、単独での大会・合宿受入れより広域での受入れを希望しています。また、大会や合宿の受入れを希望する一方で自治体間の連携を希望しない市町村も複数あるなど、連携に対する温度感に差がありました。

自治体間の連携希望

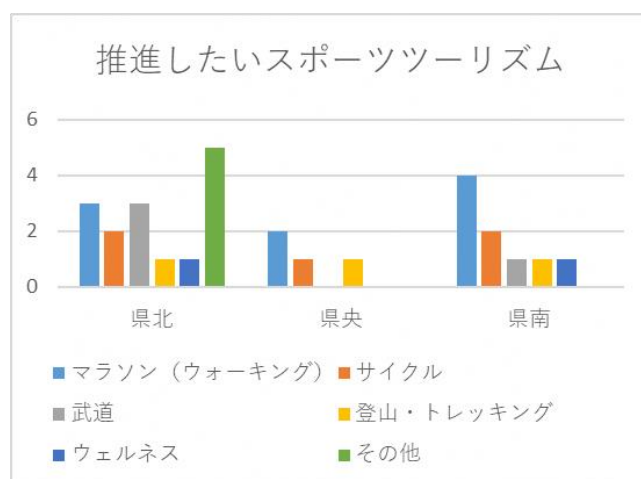
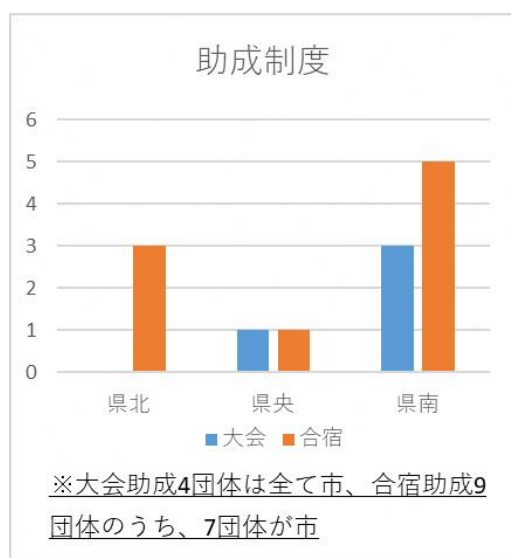


自治体間で連携したいこと（主なもの）

- ・ 宿泊面の連携 < 7 団体 >
- ・ 施設連携や広域開催 < 7 団体 >
- ・ 情報共有 < 4 団体 >
- ・ 合同 PR < 2 団体 >
- ・ 財政面（補助） < 1 団体 >

(5) 大会・合宿の助成制度について

大会や合宿の受入に助成制度がある市町村は、大会への助成制度が 4 市、合宿への助成制度が 9 市町村であり、特に、市部においては、半数以上の自治体で何らかの助成を実施しています。また、推進したいスポーツツーリズムについては、マラソンやサイクリングなど、スポーツ施設が不要でかつ参加者の健康増進に資するような内容を希望する市町村が多い結果となりました。



(6) アンケート調査から得られた市町村のニーズや課題

このような市町村のニーズを踏まえ、地域コミッションの機能強化や連携強化を通じて、以下の課題に対応していく必要があると考えられます。

① 県内各スポーツ施設を活かした誘致種目の整理・情報発信

市町村によって保有するスポーツ施設の種類や数、環境には違いがあります。市町村毎に置かれた環境を整理し、招致・誘致が可能な競技種目に重点的に取り組んでいく必要があります。また、そのための情報発信も重要です。

② 市町村を跨いだ中・大規模大会開催の枠組みや仕組みづくり

受入体制（施設・宿泊等）などの問題で、単独で中・大規模大会の開催に踏み込むことができない市町村が数多くあります。そのため、市町村連携を促す窓口機能の強化や、研修会を含めた交流の場の更なる充実、広域的な受入れの枠組みや仕組みづくりを進める必要があります。

③ 大会・合宿を受入可能な宿泊施設の確保や広域的な情報共有の仕組み

多くの市町村が、受入宿泊施設の不足を課題として捉えています。大会・合宿関係者向けの宿泊施設の確保のほか、近隣地域同士で大会・合宿を受入可能な宿泊施設の状況等を共有できる仕組みが必要です。

④ 大会・合宿等の受入実績のない市町村へのきっかけづくり

大会や合宿の受入希望があるものの、実績の無い市町村が複数存在します。大会・合宿主催者に対する窓口の一本化や、大会・合宿に係る情報の集約・提供、交通・宿泊事業者との調整など、受入実現のサポートが必要です。

第4章 目指すべき方向性

第1期熊本県スポーツツーリズム推進戦略に基づき様々な取組みを進めてきたことにより、国際スポーツ大会の開催やスポーツツーリズムコンテンツの開発、プロスポーツの振興など一定の成果を得ることが出来ました。こうした成果を生かしつつ、更なる観光誘客や地域活性化に貢献する取組に深化させていく必要があります。

また、スポーツツーリズムの推進基盤の脆弱性、外部環境の変化に対する柔軟な対応、市町村の意向を踏まえたスポーツツーリズムの推進など、多様な課題を官民共同により解決していく必要があります。

第2期熊本県スポーツツーリズム推進戦略では、これまでの成果、環境の変化を踏まえ、5つの方向性を念頭に、基本戦略を推進します。

(1) アーバンスポーツ等、全国に先駆けた新たなスポーツツーリズム市場の開拓

今後更なる人気の高まりが期待されるアーバンスポーツを活用したツーリズムなど、全国に先駆けた新たなスポーツツーリズムの市場を開拓することにより、交流人口の拡大や地域経済の活性化に繋がっていきます。

(2) 地域経済を支えるプロスポーツチームの誘客力強化

県とのコラボレーションによるチームプレゼンスの向上、海外交流の支援などを通じ、県内プロスポーツチームの更なる誘客促進や国際スポーツ交流の推進強化を図ります。

(3) 本県の観光資源と組み合わせたマラソンやサイクリング、ウェルネスコンテンツの開発など、県民の健康づくりや地域経済の活性化にも繋がる熊本ならではのスポーツツーリズムのさらなる充実

世界的な健康志向が高まる中、誰もが参加でき健康増進にも繋がるマラソン、サイクリング、ウェルネス（フィットネス）などを活かしたスポーツツーリズムの推進により、県民の健康づくりや地域経済の活性化の実現を目指します。

(4) 市町村や競技団体、民間企業との連携によるコミッション機能の拡充及び県コミッションのプラットフォーム機能強化

県コミッションの窓口（プラットフォーム）機能や、地域コミッションの体制強化を図るとともに、県内市町村や各地のコミッション、競技団体や民間企業との連携体制を強固にすることで、大会・イベントの招致や合宿の誘致など、スポーツツーリズムの更なる充実を進めます。

(5) 老朽化した県有スポーツ施設の創造的再生

老朽化した県有スポーツ施設について、スポーツを“する”場としてだけでなく、“みる”場としての機能を意識し、その在り方を見直すことで、スポーツの産業化やスポーツツーリズムの強固な推進基盤の確立を図ります。

第5章 基本戦略と施策

第2章で示したビジョンの実現を目指し、3つの戦略に沿って施策を展開します。

《ビジョン【再掲】》

スポーツの力で地域を豊かに

スポーツツーリズムの推進基盤やマネジメント体制を強化し、国際大会をはじめとする大会の招致や合宿の誘致、プロスポーツの振興に加えて、熊本の強み・優位性とスポーツを組み合わせたスポーツツーリズムを展開することにより、持続可能な交流人口の拡大や県民の健康と地域を豊かにする本県スポーツの産業化を目指します。

戦略	施策
【戦略1】 観光の柱ともなるスポーツの産業化やスポーツを通じた地域活性化	1 アーバンスポーツの聖地化と大会の招致・合宿の誘致 2 国際スポーツ交流推進、大会・イベントの招致と合宿の誘致 3 プロスポーツの振興 4 スポーツと産業を組み合わせた多様なツーリズムの展開
【戦略2】 県民の健康と地域経済を豊かにするコンテンツ開発	1 スポーツコンテンツの開発 2 誰もが参加できるスポーツの開催支援
【戦略3】 観光誘客・地域活性化に繋がる推進基盤の充実	1 スポーツコミッション機能の拡充 2 人材育成 3 デジタル技術を活用したプロモーション強化・コンテンツの魅力化 4 地域活性化を実現する県有スポーツ施設再生・整備 5 持続可能なスポーツツーリズム推進や基盤整備のための財源の確保

戦略 1 観光の柱ともなるスポーツの産業化やスポーツを通じた地域活性化

《戦略の考え方》

近年スポーツは、単なる娯楽、健康増進の活動に留まらず、産業としても成長しており、その経済効果に注目が集まっています。

そのため、これまで取り組んできた、アーバンスポーツ等の新しいスポーツの振興、国際スポーツ大会の招致や合宿の誘致、地元（プロ）スポーツチームの育成に加え、外部環境の変化に対応し、スポーツと県内産業を組み合わせた新たなサービスの開発などに取り組めます。

また、これらの活動が本県経済の活性化や観光振興、雇用創出などにも結びつくことで、本県においてもスポーツの産業化^{viii}を実現し、スポーツを通じた地域活性化に繋がっていきます。

施策 1 アーバンスポーツの聖地化と大会の招致・合宿の誘致

前戦略の「将来性の高いスポーツ大会・イベント・合宿の誘致」推進の一環として、これまで、高い人気と市場拡大が続くアーバンスポーツのイベント開催や、大会誘致に取り組んで参りました。また、その取組みの流れの中で、令和8年（2026年）4月、西日本最大級のアーバンスポーツ施設「くまモンアーバンスポーツパーク」が開業することとなり、令和6年（2024年）3月、県と菊陽町でアーバンスポーツを通じた交流人口の拡大や、競技レベルの向上等を目的とするアーバンスポーツの推進に関する連携協定を締結し、大会の招致や合宿の誘致、競技人口の拡大等に取り組むこととしています。

今計画では、当該スポーツパークを核に、成長力が期待されるアーバンスポーツの大会・イベント・合宿等の誘致に取り組む、全国有数のアーバンスポーツの聖地化を目指します。

◆ 聖地化に向けた推進体制の整備

本県における更なるアーバンスポーツ振興の推進体制として、競技団体に加え官民で構成する「くまもとアーバンスポーツ推進協議会（仮）」の設立を目指します。

◆ くまモンカップの開催等による交流人口拡大・機運醸成の推進

アーバンスポーツの体験・観戦イベントや、年々盛り上がりを見せるスケートボード大会「くまモンカップ」を引き続き開催し、聖地にふさわしい大会としてブランド化することで、交流人口の拡大はもとより、県民の機運醸成に繋がります。

◆ アーバンスポーツの県内競技人口の拡大

アーバンスポーツの普及や選手育成に向けて、クラブチームや部活動の設立を支援するなど、県内競技人口の拡大に向けた取組を推進します。

◆ 国際・国内大会の招致及び代表チーム合宿の誘致

引き続き、国際・国内大会の招致、合宿の誘致に取り組みます。また、トップアスリートが参加する大会や合宿の開催を推進します。

施策2 国際スポーツ交流推進、大会・イベントの招致と合宿の誘致

2019年に開催した2つの大規模国際大会開催のレガシーを引き継ぎ、令和5年（2023年）7月にラグビー日本代表国際試合、また、同年10月にツール・ド・九州（国際サイクルードレース）、熊本マスタースジャパン（国際バドミントン大会）を開催し、同年は総計約19億8千万円（令和5年度）の経済効果を生み出しました。

この良き流れを加速させるため、ツール・ド・九州、熊本マスタースジャパン等、国際大会の継続開催はもとより、市町村と連携を図りながら、国内外の中・大規模大会の招致や合宿の誘致を推進します。

◆ 競技団体や市町村と連携した多様なスポーツ大会・イベントの招致、合宿の誘致

競技団体や市町村、地域のスポーツコミッション等と連携して、中・大規模大会・イベントの招致、合宿の誘致を推進します。また、今後日本で開催される世界選手権やワールドカップ等を見据えた国際試合の招致にも取り組みます。

◆ 多様なスポーツにおける国際交流の推進

本県にプロチームがあるサッカー、バスケットボール、野球や、国際大会開催実績のあるハンドボール、ラグビーなど多様なスポーツにおける国際交流を推進します。また、国際スポーツ大会やスポーツリーグの観戦と県内観光を組み合わせた旅行商品造成等を進め、スポーツツーリズムが広く県内へ経済効果を波及するように取り組みます。

施策3 プロスポーツの振興

各競技のプロ化、興行化に伴い、県内3つのプロスポーツチーム（ロアッソ熊本・熊本ヴォルターズ・火の国サラムンダーズ）の人気、集客力とも、年々高まっています。また、バレーボールやハンドボールについても、興行化の動きが加速しています。

これらの動きを地域経済の活性化に繋げていくため、引き続き、各チームと地域との繋がりを深め、地域経済を支える存在へと進化させていきます。

◆ 県内スポーツチームと連携した地域活力の向上

各スポーツチームが取り組むスポーツ教室の開催や観光PR等、地域貢献活動を継続的に支援することで、地域課題の解決や地域活力の更なる向上を図るとともに、地域に愛されるチーム作りに繋げていきます。

◆ 観戦者等に対する県内各地への観光誘導

スポーツ大会等の開催に合わせて実施する市町村や商工・観光・物産団体等と連携した観光・物産PRイベント等を支援し、県内各地への観光周遊を促進します。また、試合と観光を組み合わせた旅行商品造成等を支援します。

施策4 スポーツと産業を組み合わせた多様なスポーツツーリズムの展開

アーバンスポーツを始め、プロ化・興行化が進む各種競技スポーツへの参画（する・見る）を促すためには、特に若年者に訴求する視点としてファッション性の導入が重要視されています。例えば、スポーツの機能性とファッションの創造性を融合した大会開催や商品開発の支援など、スポーツ・文化・ビジネスにまたがる新たな価値の創造を目指します。

◆ スポーツ×エンタメ

スポーツ大会・イベントの開催においては、若年者から高齢者まで、幅広い集客を実現するため、スポーツと音楽・ファッション等を融合させるなど、エンターテインメント性の高い「楽しむ」「感じる」「参加する」体験のできるイベント・大会を創造し、本県への誘客促進、リピーター獲得を図ります。

◆ スポーツ×グルメ

スポーツ大会・イベント開催地における経済波及効果を高めるため、地元食材を積極的に活用した商品の販売やPRを実施し、域外からの更なる誘客に繋げていきます。

戦略2 県民の健康と地域経済を豊かにするコンテンツ開発

《戦略の考え方》

全国よりも少子高齢化や人口減少が進んでいる熊本県は、健康寿命の延伸や交流人口、関係人口の確保・拡大が求められています。そのような中、スポーツと観光資源を組み合わせたスポーツツーリズムの推進は、地域活性化の一手段として大変有効であり、より具体的に取り組むことで県民の健康増進はもとより、誘客促進にも繋がることが期待されています。

このような背景のほか、求められるニーズや外部環境の変化に対応するため、これまでに開発したスポーツコンテンツのブラッシュアップに加え、誘客に繋がるだけでなく、県民も楽しめる（参画できる）、熊本ならではの健康増進コンテンツの開発を進めます。

施策1 スポーツコンテンツの開発

前戦略では、スポーツと熊本観光の強みを掛け合わせたコンテンツ開発を、県内5地域で取り組み、旅行会社等を通じて販売してきました。

コロナ禍を経て、更なる健康意識の高まりを踏まえ、スポーツや様々なアクティビティと、温泉、食等を組み合わせ心身の健康増進にも繋がる“ウェルネスツーリズム”の推進強化を図ります。推進に当たっては、これまでに開発したコンテンツの販売実績等を踏まえた、既存商品の磨き上げや、外部環境の変化等に対応した新たなスポーツコンテンツの開発にも取り組みます。

◆ 温泉を活用したスポーツコンテンツの開発

市町村や地域コミッション・民間企業等と連携し、源泉数全国第5位の本県が誇る温泉と、ランニングやウォーキング、サイクリング等を掛け合わせた本県ならではの新たなスポーツコンテンツの開発を推進し、県内外からの誘客に繋がります。

◆ 豊かな自然や食を活用したウェルネスコンテンツの開発や磨き上げ

温泉に加え、本県の豊かな食や自然を掛け合わせた、新たなウェルネスコンテンツの開発を進めるとともに、これまで開発してきた既存コンテンツの磨き上げを行うことで、年代や性別を問わず、誰もが楽しめる魅力的なスポーツ旅行商品へと昇華させていきます。

◆ ヘルスケアプログラムの開発<くまもと観光×フィットネス>

専門家やコーディネーター、スポーツジム等と連携し、観光客はもとより県民も参画できる、美容と健康に焦点を当てたヘルスケアプログラムの開発を推進します。

施策2 誰もが参加できるスポーツの開催支援

県内市町村のアンケートにおいて、最も開催数が多いスポーツイベントは、マラソン（ウォーキング）やサイクリングです。また、これらのスポーツは、専用の施設が不要でかつ住民の健康増進にも繋がることから、多くの市町村が実施を希望しています。さらに、近年、老若男女を問わず、気軽かつゲーム感覚で楽しめる新しいスポーツが世界的に人気の広がりを見せています。

これらの競技の支援や普及促進を図ることで、県民の健康増進や交流人口の拡大等に取り組めます。

◆ 健康志向により人気が高く、誰もが参加できるマラソン等の推進

健康志向の高まりを受け、集客力があり、地域経済効果も高いマラソンやウォーキング、サイクリングイベント等の開催やPRを推進します。

◆ 県内各地の周遊を促進するサイクルツーリズムの推進

自転車で九州・山口エリアを周遊できる広域推奨ルートの設定や、NCR（ナショナルサイクルルート^{vii}）の指定を目指すとともに、県内各地でのサイクルロードレース等の開催や、サイクルマップ等による情報発信、サイクリング商品の造成・販売を推進します。

◆ 子どもから大人まで楽しむことができるスポーツの普及促進

子どもや高齢者も無理なく楽しめるスポーツの普及を促進するため、モルックやピククルボールといった誰でも参加できるスポーツイベントの招致や開催を推進します。

戦略3 観光誘客・地域活性化に繋がる推進基盤の充実

《戦略の考え方》

県及び県内7つの市町村で、スポーツコミッションが誕生しているものの、設立して間もないもあり、活動が活発ではない組織が多い状況です。

こうした状況を踏まえ、県コミッションのプラットフォーム機能の強化やコミッション間の連携促進、大会誘致等の専門ノウハウを有した人材育成に取り組みます。また、スポーツコミッションの設立支援や市町村、競技団体等との連携強化等によるコミッション機能の拡充に向けた取組を進めます。

県有スポーツ施設については、老朽化が進んでいます。また、国際スポーツ大会やプロスポーツに求められる水準を満たしていない現状もあります。令和7年（2025年）9月の「公民連携によるスポーツ施設に関する検討会議」における施設整備の方向性に関する提言を踏まえ、熊本新時代を創造する施設整備に取り組みます。

施策1 スポーツコミッション機能の拡充

県内市町村のスポーツコミッションは、平成29年（2017年）2月の南関町スポーツコミッションの設立を皮切りに、令和4年（2022年）4月の天草市スポーツコミッションまで7つの団体が設立されました。しかし、その後の設立が進んでいないことから、市町村に対してスポーツ大会招致や合宿誘致などが地域活性化にもたらす効果への理解を促すとともに、スポーツコミッションの設立を支援していきます。

また、県内全域にスポーツツーリズムの効果を波及させるためには、令和4年（2022年）1月に設立した県スポーツコミッションのプラットフォーム機能の強化が重要であることから、市町村のスポーツコミッションや関係団体等との連携強化を図り、大会やイベント等の創造・誘致に取り組みます。

◆ 市町村窓口（所管課）の明確化とコミッション設立推進

スポーツツーリズム推進についての市町村窓口（所管課）の明確化・見える化を図るとともに、地域コミッションの設立を支援します。

◆ 市町村や競技団体との共創によるコミッションの推進体制の強化

大会・イベントの招致や合宿の誘致にあたり、招致や誘致に主体的に取り組むコミッションと、受け皿となる施設を有する市町村や大会等の実施主体となる競技団体、民間企業等との連携を図ることで、コミッションの推進体制の強化を図ります。

◆ 国内外の民間企業との共創による大会・イベント等の創造・誘致

スポーツに関心が高く投資意欲がある国内外の民間企業との共創によるスポーツ大会・イベント等の創造・誘致を推進します。

施策2 人材育成

スポーツ大会招致や合宿誘致を進めるためには、大会などで求められるスポーツ施設・設備の規格・基準や、競技毎のレギュレーション（規則・規定）の理解のほか、競技団体やイベント・旅行関連事業者、宿泊施設等、関連する団体・民間事業者と連携しつつ、大会招致等に向けてコーディネートしていく専門ノウハウが必要となることから、推進役となる人材の育成に取り組めます。

◆ 推進役となる官民の人材・企業の発掘・育成

地域スポーツコミッションや市町村のスポーツツーリズム推進担当課、競技団体等において推進役となる人材の発掘・育成を目的とした研修やセミナー等を実施します。また、スポーツツーリズムに興味があり、人材の提供が可能な企業の発掘・育成を図ります。

施策3 デジタル技術を活用したプロモーション強化・コンテンツの魅力化

近年、スポーツ大会やイベントの経済的・社会的効果を最大限発揮するためには、デジタル技術を活用したプロモーションが大変重要となっています。そのため、ホームページを活用して県や市町村等の情報を広く発信するとともに、SNSなどによるターゲットに合わせた効果的な情報発信に取り組む等、プロモーションを強化します。また、情報発信のコンテンツの魅力化を通じ、ターゲットへの訴求力を強化します。

◆ 県及び市町村の大会・イベント情報の共有

県スポーツツーリズムホームページ「KUMAMOTO SPORTS TOURISM～くまもっと旅スポ～」により、県及び県内市町村におけるスポーツ大会・イベント、スポーツ施設等の情報を共有するとともに、広く発信していきます。また、くまもっと旅スポホームページについて、県や市町村の観光ホームページ等とのリンクを図り、広く周知します。

◆ SNS を活用したプロモーション活動の展開・コンテンツの魅力化

SNS や動画コンテンツを活用した誘客の促進に加え、データを活用したデジタルマーケティングによる最適なプロモーションを展開します。

施策4 地域活性化を実現する県有スポーツ施設整備の再生・整備

県有スポーツ施設については、老朽化が進んでおり、また、国際スポーツ大会やプロスポーツに求められる水準を満たしていないなど、その価値や効果を最大化するためには抜本的な再生が必要です。そのため、令和7年（2025年）9月の「公民連携によるスポーツ施設に関する検討会議^{viii}」における施設整備の方向性に関する提言を踏まえ、くまもと新時代を創造する施設整備に取り組めます。

◆ 社会ニーズに合わせた老朽化県有スポーツ施設の再生

「公民連携によるスポーツ施設整備に関する検討会議」での提言を踏まえ、一般利用はもとより、プロスポーツや大規模・国際スポーツ大会等の「みる」スポーツにも対応でき、交流人口の拡大や地域・経済の活性化に繋がるよう、県有スポーツ施設の再生に取り組みます。

- ・ 熊本県立総合体育館：一般利用に加えて、プロスポーツ等の「みる」スポーツへの対応やコンサートなど収益性の高いイベントへの活用、現地在における高い交通利便性などから「現地再整備」とし、最優先で整備を進めます。
- ・ 藤崎台県営野球場：屋内練習場の整備など、求められるニーズに対応するために必要な面積の確保や、現地再整備における各種法令等のハードルの高さなどから「移転再整備」とし、体育館から間を置かずに取り組みます。
- ・ 熊本武道館：老朽化の状況や競技団体からの要望などから当面、空調設置などの利用環境の改善といった「改修」を早急に進めます。
- ・ 熊本県民総合運動公園陸上競技場：ラグビーワールドカップ 2019 の開催に合わせて、既に改修を行っていることから「現状維持」とし、最大の課題である「交通アクセスの改善」に取り組みます。

施策 5 持続可能なスポーツツーリズムの推進や基盤整備のための財源確保

スポーツツーリズムは、交流人口の拡大や消費活動の増加等を通じて、地域活性化や産業振興に繋がるものです。またスポーツ施設についても、県民の健康増進はもとより地域を豊かにする重要な社会基盤となるものです。こうした取組、基盤整備を持続的に推進していくためには、官（行政）だけでなく民間資金の活用など民間事業者の参入を促進することも必要です。また、広く県民がスポーツを支える仕組みづくりも重要となります。

そのため、スポーツに関心を持つ民間事業者からの新たな財源確保等にも取り組むとともに、県民の機運を高める方策についても検討を進めます。

◆ スポーツに関心の高い民間企業や県民からの財源の確保

プロスポーツやアーバンスポーツの振興、国際大会の招致など、持続可能なスポーツツーリズムの推進、県有スポーツ施設等の基盤整備のため、スポーツに関心が高く投資意欲がある民間企業からの協賛や寄附、ふるさと納税など様々な手法による民間資金の確保を進めます。また、ふるさと納税・寄附金等を通じて県民がスポーツツーリズム等の推進に参加する仕組みづくりについて検討します。

第6章 数値目標

戦略1 観光の柱ともなるスポーツツーリズムの産業化				
施策	評価指標	現状 (R6)	目標 (R9)	考え方
プロスポーツの振興	ロアッソ熊本動員数	6,177 人/試合	8,000 人/試合	感染症による観客数減から回復傾向にあり、これまでの平均動員観客数で最も多かったシーズンを上回ることを目標とする。
	熊本ヴォルターズ動員数	3,392 人/試合	3,500 人/試合	
	火の国サラマnderズ動員数	392 人/試合	600 人/試合	
国際スポーツ交流推進、大会・イベント・合宿の誘致	国際スポーツ大会による誘客	59,000 人/年	100,000 人/年	既存大会 1.5 倍を目標（ツール・ド・九州 6 万人・バドミントン 3 万人）とし、アーバンスポーツの国際大会開催で 1 万人を目指す。
	大会招致数	大会 44 件/年	大会 66 件/年	1.5 倍程度の増加を目標とする。 （参考）第 3 期熊本県スポーツ推進計画「県民スポーツの日「ふれあいスポーツ」の参加者数 2023：3,500 人→2028：5,000 人 （1.4286 倍≒1.5 倍）
	合宿誘致数	合宿 42 件/年	合宿 63 件/年	
アーバンスポーツの磨き上げと大会・合宿の誘致	アーバンスポーツ大会による誘客	5,400 人/件	10,000 人/件	近年台頭してきた新しいスポーツであり、大幅な成長を見込み、2 倍程度の増加を目標とする。

戦略2 県民の健康と地域経済を豊かにするコンテンツ開発戦略の考え方				
施策	評価指標	現状（R6）	目標（R9）	考え方
温泉と組み合わせたスポーツコンテンツ開発	温泉と組み合わせたスポーツコンテンツ開発	2 件	10 件	ウェルネスツーリズム等については前戦略より取組みを具体化させることで、大幅な増加を目指す。
ウェルネス商品の販売促進	ウェルネス商品販売	12 件/年	100 件/年	
ヘルスケアプログラムの開発	ヘルスケアプログラム開発	0 件/年	10 件/年	
戦略3 観光誘客・地域活性化につながる推進基盤の充実				
施策	評価指標	現状（R6）	目標（R9）	考え方
スポーツコミッション機能の拡充	大会招致数【再掲】	大会 44 件/年	大会 66 件/年	県や地域のコミッション基盤を強化することで、大会招致・合宿誘致の件数の大幅増加を目指す。
	合宿誘致数【再掲】	合宿 42 件/年	合宿 63 件/年	
	Web サイトアクセス数	245,794 回（累計）※R7.8 月	300,000 回（累計）	
地域活性化の核となるスポーツ施設の整備検討	スポーツ施設整備方針	未策定	4 施設の整備の方向性に基づく施設の再生	

用語集

- i スポーツツーリズム：スポーツの観戦や参加、支援を目的に旅行をすることとされており、地域資源とスポーツを融合させた観光を楽しみ、地域活性化や経済効果の向上に繋げる取組を指す。

- ii スポーツコミッション：スポーツコミッションとはスポーツを通じた観光や交流人口の拡大、スポーツ大会・イベント・合宿等の誘致や開催支援を通じて、スポーツ振興と地域経済活性化を目指す、官民一体型の専門組織。

- iii くまもつと旅スポコミッション：令和4（2022年）年1月17日に設立された熊本県のスポーツツーリズムの推進組織。熊本の雄大な自然、温泉や豊かな食などの熊本の観光資源と、各地で実施されているさまざまなスポーツの取組などを組み合わせた、観光色の強いスポーツツーリズムを推進している。

- iv スポーツの産業化：スポーツ需要に関連する財やサービス、付加価値を生み出す経済活動（参考：スポーツビジョン21-スポーツ産業研究会報告書（旧通商産業省）、第3期スポーツ基本計画（スポーツ庁））

- v 「みる」スポーツ：スポーツを「する」だけでなく、テレビやスタジアム・アリーナなどで（プロ）スポーツの試合を観戦して楽しむこと。

- vi アーバンスポーツ：都市環境の中で楽しむことができる新しいタイプのスポーツ。音楽やファッションなどの要素が取り入れられることもあり、若者を中心に人気が高まっている。スケートボード、BMX、プレイキンなどが代表的。

- vii ナショナルサイクルルート：走行環境や休憩・宿泊機能、情報発信など様々な取組を連携させたサイクルツーリズムの推進により、日本における新たな観光価値を創造し、地域の創生を図るため、ソフト・ハード両面から一定の水準を満たすルートを国が指定することで、日本を代表し、世界に誇りうるサイクリングルートとして国内外にPRを行い、サイクルツーリズムを強力に推進していくもの。

- viii 公民連携によるスポーツ施設に関する検討会議：老朽化等の課題を抱えるスポーツ施設の整備の方向性を県において決定するに当たり、スポーツを「する側」・「みる側」の視点や、各施設が地域のまちづくり・地方創生に有する価値等を踏まえ、民間活力の導入や民間事業者主体の整備を含め、様々な観点から検討を行うことを目的に設置された会議。